

УДК 338.486.2:001.8

Н.М.БОГДАН, канд. екон. наук

Харківський національний університет міського господарства імені О.М.Бекетова

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ІНТЕРЕСІВ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

В статті досліджуються теоретичні підходи до сутності та особливостей оцінювання економічних інтересів туристичних підприємств а також пропонується збалансована система показників для оцінювання процесів реалізації економічних інтересів.

В статье исследуются теоретические подходы к сущности и особенностям оценивания экономических интересов туристических предприятий а также предлагается сбалансированная система показателей для оценивания процессов реализации экономических интересов.

The article examines the theoretical approaches to the nature and characteristics of estimating the economic interests of tourism enterprises and proposes a balanced scorecard to evaluate the implementation of the processes of economic interests.

Ключові слова: економічні інтереси, узгодженість економічних інтересів, туристичне підприємство, процес реалізації економічних інтересів, збалансована система показників.

Значення туризму в світі постійно зростає, що пов'язано з його впливом на економіку окремих країн та світового господарства в цілому. Значення туризму як джерела валютних надходжень, забезпечення зайнятості населення, розширення міжособистих контактів зростає. Індустрія туризму виконує важливу функцію в розвитку господарського комплексу і економіки країни, тому що:

1. Збільшує місцеві доходи.
2. Створює нові робочі місця.
3. Сприяє розвитку галузей, орієнтованих на виробництво туристичних послуг.
4. Розвиває соціальну і виробничу інфраструктуру в туристичних центрах.
5. Збільшує валютні надходження в бюджет країни.

Туризм є одним з небагатьох видів бізнесу, що найбільш динамічно розвиваються. За розрахунками Всесвітньої туристичної організації (WTO), XXI ст. стане епохою туризму, оскільки, за прогнозом, кількість туристичних прибуттів до 2020 р. стане понад 1,6 млрд. осіб [1, с.36]. Туризм являє собою соціально-економічну систему, що є сукупністю взаємопов'язаних елементів, до яких належать суб'єкти функціонально різних видів економічної діяльності (їх налічується понад 60) [2]. В сучасних умовах, коли ринок характеризується невизначеністю та мінливістю, все більше виявляється недосконалість економічних

взаємовідносин між усіма суб'єктами – підприємствами – виробниками туристичного продукту (туроператорами), підприємствами – організаторами реалізації туристичного продукту (турагентами) і споживачами (туристами). Це значно знижує ефективність функціонування туристичної сфери загалом, бо неузгодженість економічних інтересів її учасників призводить до ринкових деформацій. Узгодженість економічних інтересів усіх суб'єктів відносин на туристичному ринку повинна сформувати умови для ефективних процесів розробки, просування та реалізації високоякісного туристичного продукту. У зв'язку з цим набуває особливої необхідності розв'язання наукової проблеми оцінювання економічних інтересів туристичних підприємств.

Теоретичні основи дослідження сутності та природи економічних інтересів було розроблено такими видатними вченими, як Г. Гегель [3, с.27], К. Гельвецій [4, с.34], П. Гольбах, Ф. Енгельс [5, с.148], І. Кант, К. Маркс [5, с.148], Д. Рікардо, А. Сміт [6, с.29]. Теоретико-методологічні аспекти сутності економічних інтересів туристичних підприємств дослідили такі науковці, як М. Кабушкін [7, с.148], В. Квартальнов [8, с.96], К. Купер, Н. Лейпер, О. Любіцева [9, с.179], С. Мельниченко [10, с.25], Т. Ткаченко [11, с.126]. Однак методичні основи оцінювання економічних інтересів учасників туристичного ринку та проблеми формування ефективних механізмів їх реалізації розглянуто недостатньо.

Дослідження сутності поняття економічного інтересу суб'єктів виявляє загальнофілософську й соціально-економічну значимість питання. Економічні інтереси відбивають сутність виробничих відносин. Виробничі відносини первинні стосовно економічних інтересів, ті, у свою чергу, виступають як форма прояву цих відносин.

Економічні інтереси – рушійна сила соціально-економічного розвитку. Економічний інтерес – це реальний, зумовлений відносинами власності та принципом економічної вигоди мотив і стимул соціальних дій щодо задоволення динамічних систем індивідуальних потреб. Економічний інтерес є породженням і соціальним проявом потреби. Інтерес виникає, коли задоволення потреби усвідомлюється як конкретна мета (максимізація прибутку, привласнення товару, користування або володіння певним товаром тощо). Отже, економічні інтереси – це усвідомлені потреби існування різних суб'єктів господарювання. Генезис інтересу полягає у відборі свідомістю найважливіших потреб для задоволення, реалізації їх.

Економічні інтереси – це причина та умова взаємодії й саморозвитку економічних суб'єктів. Кожне окреме економічне відношення існує спочатку потенційно, у формі очікувань та ще незадоволених домагань

людини. Економічні відносини реалізуються як дійсні, коли набувають форми взаємного зв'язку. Потреби-інтереси не тільки відображають існуючі відносини, а й самі є першою «цеглиною» в структурі соціально-економічних відносин.

У кожному економічному відношенні – між підприємцями і виробниками, між виробниками і споживачами, державою і недержавним сектором економіки (бізнесом), партнерами, у відносинах між індивідами – мають місце елементи боротьби і співробітництва. Взаємодія інтересів виступає рушійною пружиною соціально-економічного розвитку. «Найближчий погляд на історію, – писав Г. Гегель, – переконує нас в тому, що дії людей виникають з їх потреб, пристрастей, їх інтересів...» [3, с. 27].

Розглянуті автором підходи до поняття інтересу як такого з тієї або іншої сторони відбивали багатоплановість цієї категорії, її філософську й методологічну значимість. Інтерес за своєю сутністю повинен враховувати всі властивості суб'єктів економічної діяльності – властивості покупця, продавця, виробника, власника.

Безліч різноманітних інтересів підприємства становлять систему його інтересів, що перебувають у взаємозв'язку й взаємозумовленості й певним чином, що підпорядковують. Виходячи із запропонованого розуміння інтересів підприємства, розглянутих підходів до їхньої систематизації, представляється можливим сформулювати критерії формування системи інтересів підприємства. Їхнє дотримання дозволить сформувати систему інтересів підприємства, яку можна розглядати в якості елементу менеджменту підприємства. До таких критеріїв пропонується віднести обмежений характер системи інтересів, адресність інтересів, трансформацію інтересів в економічні показники, внутрішню несуперечність інтересів системи.

Перший критерій формування системи інтересів підприємства обумовлює включення в систему обмеженого кількості інтересів підприємства, що дозволить організувати процес спостереження за їхнім дотриманням і вжити заходи із захисту інтересів підприємства. З позиції першого критерію в систему інтересів підприємства повинні входити найбільш значимі для підприємства інтереси, що дозволяє говорити про формування системи пріоритетних інтересів підприємства. Разом з тим система інтересів підприємства повинна бути досить різнобічною за орієнтацією й враховувати етапи життєвого циклу підприємства – етапи становлення, активного росту або зміни стратегії розвитку й ділової політики.

Адресність інтересів розглядається як реалізація об'єктно-орієнтованого підходу в менеджменті, відповідно до якого інтереси

підприємства повинні бути сформульовані стосовно до конкретних суб'єктів зовнішнього середовища. Критерій адресності інтересів дозволяє забезпечити конкретний характер системи інтересів підприємства.

У тісному зв'язку із критерієм адресності перебуває наступний критерій формування системи інтересів підприємства – критерій трансформації інтересів в економічні показники. Відповідно до цього критерію крім якісного адресного формулювання інтереси підприємства повинні бути представлені у вигляді економічних показників. Економічні показники, що дозволяють кількісно представити інтереси підприємства, характеризують, за суттю, результати роботи підприємства за умови дотримання в певній мірі його інтересів. Для одних інтересів може бути використано один показник, для інших – декілька. При цьому слід зазначити, що для окремих видів інтересів підприємства практично достатньо важко вибрати економічні показники, за допомогою яких можна було б їх охарактеризувати. Наприклад, такий інтерес підприємства, як гарна репутація виробленої продукції або надаваних послуг досить важко піддається формалізованій оцінці, а якщо все-таки спробувати це зробити, то використання такої оцінки в практичній діяльності буде складним. Особливо це відноситься до туристичної сфери, де якість турпослуг та ступень задоволеності споживачів дуже складно оцінити за кількісними показниками.

За сутністю класичної ринкової моделі споживачі та виробники мають суперечливі інтереси: прагнення споживачів мають за ціль придбання високоякісних благ за мінімальну ціну, а в протилежність їм виробники прагнуть реалізувати блага за максимальну ціну. Однак цілком зрозуміло, що повна реалізація економічних інтересів лише одним з суб'єктів неможлива. Виходячи з об'єктивних обставин функціонування ринку, механізм реалізації та узгодження економічних інтересів суб'єктів туристичного ринку повинен розглядатися у двох аспектах: забезпечення максимального ступеню узгодженості економічних інтересів суб'єктів та підвищення їх конкурентоспроможності.

Для вирішення вищезазначених завдань при формуванні механізму узгодженості економічних інтересів туристичних підприємств необхідно врахувати наступні аспекти:

1. *Економічні інтереси* об'єктивно обумовлені та внутрішньо властиві будь-якій соціально-економічній системі; визначаються внутрішньою структурою і зовнішніми умовами її існування; відображають необхідність у певних видах зв'язку із підприємницьким середовищем, що вимагає спільних дій суб'єктів господарювання.

2. *Оцінювання процесу реалізації економічних інтересів туристичних підприємств* спрямовано на виявлення можливостей досягнення мети господарської діяльності за економічним, соціальним та ринковим напрямками, що дозволить обґрунтовано визначити передумови узгодження внутрішніх та зовнішніх інтересів зацікавлених сторін.

3. *Модель реалізації економічних інтересів туристичних підприємств* повинна об'єднати оцінку різних за змістом показників соціально-економічної діяльності туристичного підприємства [12, с. 25].

Якщо враховувати, що реалізація економічних інтересів має на меті поліпшення соціально-економічного стану підприємства, процес реалізації економічних інтересів можна охарактеризувати системою збалансованих показників, що всебічно висвітлюють господарську діяльність підприємства. Разом з цим, необхідно включити до складу показників ті, що характеризують взаємодію туристичного підприємства із зовнішнім середовищем, насамперед зі споживачами, бо задоволення потреб споживачів у туристичних послугах - це мета і зміст діяльності підприємств в сфері туризму. Заради отримання споживачами задоволення від турпродукту і працюють підприємства туристичного бізнесу.

Таким чином, автором пропонується збалансована система показників, що групується за трьома блоками:

1) фінансово-економічний блок: прибуток підприємства, обсяг реалізації турпродукту, ринкова вартість підприємства, фінансовий стан підприємства, рівень витрат;

2) соціальний блок: ефективність системи мотивування персоналу, ступень задоволеності персоналу, продуктивність праці персоналу;

3) ринковий блок: ефективність взаємодії із партнерами, задоволеність споживачів, місткість ринку, стан конкурентоспроможності підприємства.

Усі показники характеризують стан суб'єкту економічних інтересів.

Підсумовуючи результати дослідження, слід зазначити, що такі тенденції останніх років на туристичному ринку як зростання конкуренції, складність кон'юнктури, глобалізація та інформатизація, потребують від суб'єктів господарювання пошуку більш ефективних механізмів реалізації економічних інтересів. Набуває необхідності подальше доопрацювання методичних підходів до управління процесами реалізації та узгодження економічних інтересів в зазначеній сфері, що повинні враховувати економічні, соціальні та ринкові аспекти. З огляду на це автором запропоновано застосовувати систему збалансованих показників за трьома блоками, їх детальне доопрацювання та конкре-

тизація а також методичні підходи до розрахунку складають мету подальших наукових досліджень.

1. WTO Statistics, 1998-2008. – Madrid: WTO, 2009. – P. 17–47.
2. Класифікатор видів економічної діяльності ДК 009:2010 (затверджений Держспоживстандартом): Наказ від 11 жовтня 2010 р. № 457 із змінами від 29 листопада 2010 року № 530: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ecostandart.com.ua/klassifikatory.html>.
3. Гегель Г. Соч. / Г. Гегель. – М.: Мысль, 1990. – Т.8. – 480 с.
4. Гельвеций К.А. Об уме. / К.А. Гельвеций. – М.: Соцэкгиз, 1938. – 376 с.
5. Маркс К., Энгельс Ф. Соч. – Т. 18 / К. Маркс, Ф. Энгельс. – 2-е изд. – М.: Издательство политической литературы, 1961. – 842 с.
6. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. / А. Смит. – М.: Госполитиздат, 1962. – 378 с.
7. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: учеб. пособие. / Н.И. Кабушкин. – Мн.: БГЭУ, 1999. – 644 с.
8. Квартальнов В.А. Туризм: учебник / В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 189 с.
9. Любичева О.О. Рынoк туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О.О. Любичева. – К.: Альтерпрес, 2002. – 436 с.
10. Мельниченко С.В. Управлінський механізм розвитку туристської дестинації / С.В. Мельниченко // Економіка. Управління. Інновації. – 2011. – №2 (6). – С. 23-28.
11. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія / Тетяна Іванівна Ткаченко. – 2-ге вид., випр. та доповн. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 463 с.
12. Бойко М. Методичні основи оцінювання економічних інтересів туристичних підприємств / М. Бойко // Вісник КНТЕУ. – 2011. – № 1. – С. 31-38.

Отримано 24.10.2013